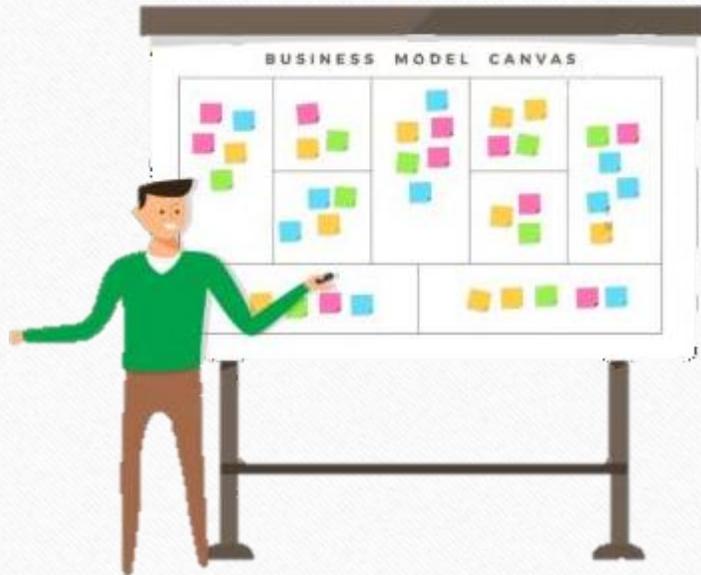




KEWIRAUSAHAAN DASAR

PERTEMUAN 9

LEAN CANVAS



- Pada awalnya, untuk merancang suatu bisnis, para entrepreneur biasa menggunakan Business Model Canvas (BMC). BMC adalah sebuah strategi dalam manajemen berupa visual chart yang terdiri dari sembilan elemen.

LEAN CANVAS



- Model bisnis ini pertama kali diperkenalkan oleh **Alexander Osterwalder** dalam bukunya yang berjudul Business Model Generation. Buku tersebut menjelaskan sebuah framework sederhana untuk mempresentasikan elemen-elemen penting yang terdapat dalam sebuah model bisnis.

LEAN CANVAS

- Business model canvas dapat diartikan juga sebagai suatu kerangka kerja yang membahas model bisnis yang disajikan dalam bentuk visual berupa kanvas lukisan agar dapat dimengerti dan dipahami dengan mudah.
- Model ini digunakan untuk menjelaskan, memvisualisasikan, menilai, dan mengubah suatu model bisnis agar mampu menghasilkan kinerja yang lebih optimal.

LEAN CANVAS

- Konsep BMC sebenarnya memudahkan perusahaan untuk menganalisis dan memperbaiki masalah. Akan tetapi, Alexander Osterwalder kerap menggunakan contoh-contoh perusahaan besar dalam menjelaskan business model canvas sehingga model canvas Alexander dianggap tidak sesuai dengan perusahaan rintisan alias startup.
- Maka dari itu, konsep BMC dimodifikasi ulang oleh Ash Maurya yang akhirnya dikenal dengan konsep lean canvas.

ELEMEN-ELEMEN LEAN CANVAS

Berikut ini adalah elemen-elemen dari Lean Canvas.

1. Problem and Existing Alternative

Perusahaan harus mengidentifikasi masalah utama yang akan diselesaikan. Perusahaan juga harus mengetahui, usaha apa yang dilakukan orang lain untuk memecahkan permasalahan yang dihadapi.

2. Customer Segment and Early Adopter

Perusahaan menuliskan target market dari usaha yang dirintisnya. Dari target market yang sudah ditentukan tersebut, perusahaan harus menentukan lagi pengguna yang masih tergolong sebagai pengguna baru (early adopter).

ELEMEN-ELEMEN LEAN CANVAS

3. Unique Value Proposition

Perusahaan harus bisa menuliskan apa yang menjadi diferensiasi produknya dengan yang lain. Apa yang membuat mereka “standing out”? Apa masalah pertama yang akan diselesaikan? dan untuk siapa solusi itu ditujukan?

4. Solution

Setidaknya berisi tiga fitur dari produk berdasarkan masalah yang ingin diselesaikan.

ELEMEN-ELEMEN LEAN CANVAS

5. Channel

Channel yang dimaksud dalam lean canvas adalah kanal pemasaran produk dari startup tersebut, misalnya, melalui SEO, blog, website, Facebook Ads, iklan cetak, event, word of mouth, partnership, dan teman.

6. Key Metrics

Key metrics terdiri dari aktivitas-aktivitas mengenai performa perusahaan yang dapat diukur.

ELEMEN-ELEMEN LEAN CANVAS

7. Unfair Advantage

Unfair advantage adalah sesuatu yang dimiliki oleh sebuah perusahaan, namun tidak dimiliki oleh perusahaan yang lain.

8. Revenue Stream

Revenue stream adalah cara perusahaan bekerja dalam mencari pendapatan.

9. Cost Structure

Perusahaan harus memiliki struktur biaya. Perusahaan harus tahu biaya apa saja yang akan dikeluarkan setiap bulannya.

IMPLEMENTASI KONSEP LEAN CANVAS DALAM BISNIS

Lean canvas memiliki sembilan elemen, namun pada bagian ini akan dibahas empat elemen pertama, yaitu:

- 1. Problem & existing alternative**
- 2. Customer segment & early adopter**
- 3. Unique value proposition**
- 4. Solution**

KOLIKOWEAR OLEH YABOAH DAN PETER

- Implementasi konsep lean canvas yang akan dibahas pada bagian ini akan dikaitkan dengan pengimplementasian lean canvas dalam bisnis sepatu KolikoWear oleh Yaboah dan Peter.
- Sahabat dari Yaboah dan Peter menyarankan mereka untuk membuat perencanaan/pemetaan bisnis dengan menggunakan metode bisnis lean canvas agar bisnis yang dijalankan berjalan secara lancar.

KOLIKO 
WEAR

STEP 1: TENTUKAN CUSTOMER SEGMENTS YANG INGIN ANDA TARGETKAN

- Pada langkah pertama, Anda harus menentukan target market yang diinginkan. Siapa konsumen Anda? Berapa usianya? Di mana lokasinya? dan bagaimana kemampuan membelinya?
- Targetkan calon konsumen Anda secara detail dan targetkan pula siapa yang akan menjadi fokus utama ketika produk pertama kali dikeluarkan.

STEP 1: TENTUKAN CUSTOMER SEGMENTS YANG INGIN ANDA TARGETKAN

- Dalam kasus KolikoWear, dikarenakan bisnisnya berada di kota dengan jumlah pengangguran yang banyak, Yeboah dan Peter melakukan wawancara secara langsung dengan penduduk di daerahnya dan menanyakan apa yang menjadi kebutuhan penduduk.
- Hasil dari wawancara tersebut memberikan informasi bahwa target mereka adalah orang yang berpenghasilan rendah atau tidak bekerja, tetapi membutuhkan sepatu untuk beraktivitas dan berumur antara 18-30 tahun, baik laki-laki dan perempuan. Fokus utama yang menjadi early adopters mereka adalah penduduk yang tidak bekerja.

STEP 2: TENTUKAN SEBUAH MASALAH YANG VALID DAN MENCARI TAHU SOLUSI YANG SUDAH ADA

- Langkah yang kedua, yaitu tuliskan satu sampai tiga masalah utama dari customer segments Anda yang sesuai dengan niche (ceruk) bisnis yang ingin Anda bangun serta tuliskan solusi yang sudah ada di pasaran yang ditawarkan kepada customer segments Anda.
- Pada tahap ini, Anda disarankan untuk bertatap muka secara langsung dengan konsumen atau calon konsumen yang sesuai dan tanyakan apa yang menjadi masalah yang mereka dan cara mereka menyelesaikan masalah tersebut.

STEP 2: TENTUKAN SEBUAH MASALAH YANG VALID DAN MENCARI TAHU SOLUSI YANG SUDAH ADA

- Dalam kasus KolikoWear, dikarenakan niche bisnisnya adalah sepatu maka Yeboah dan Peter bertanya langsung kepada 10 orang yang ada di lingkungan mereka dan jawaban sembilan dari 10 orang tersebut adalah harga sepatu yang semakin mahal.
- Yeboah dan Peter juga menanyakan bagaimana customer segmentnya tersebut menyelesaikan permasalahan yang ada. Jawabannya bermacam-macam, ada yang dengan cara membeli sepatu bekas atau mereparasi sepatu lama.

STEP 3: TENTUKAN UNIQUE VALUE PROPOSITION BISNIS ANDA

- Unique Value Proposition (USP) adalah keunikan yang dimiliki oleh bisnis Anda dibandingkan dengan kompetitor.
- Pikirkan USP secara matang karena semakin unik suatu produk, selain efektif dalam menyelesaikan masalah maka akan semakin mudah diterima oleh pasar.
- Pada kasus bisnis KolikoWear, USP yang ditawarkan adalah sepatu yang berkualitas, terjangkau, dan ramah lingkungan.

STEP 4: TENTUKAN SOLUSI YANG AKAN DIBERIKAN PADA CUSTOMER SEGMENTS ANDA

- Solusi adalah keseluruhan proses (awal- akhir) yang dapat ditawarkan kepada customer segments Anda. Untuk menemukan solusi yang tepat, Anda harus detail dalam menganalisis customer segments.
- Apabila Anda bisa melakukannya dengan tepat maka ke depannya bisnis Anda akan menjadi lebih mudah.

STEP 4: TENTUKAN SOLUSI YANG AKAN DIBERIKAN PADA CUSTOMER SEGMENTS ANDA

- Pada kasus KolikoWear, solusi yang ditawarkan oleh Yeboah dan Peter adalah sebuah sepatu dengan desain unik yang dibuat dengan menggunakan barang-barang bekas sehingga setiap desain sepatu akan memiliki keunikan tersendiri.



Universitas
Pembangunan Jaya

